

Наявність технічних засобів безпеки в сучасному готелі є обов'язковою умовою його успішного функціонування. Якщо керуючий надає гарантії безпеки - це є показником певної якості обслуговування, фактор залучення клієнтів та можливості набуття їх позитивної лояльності у майбутньому.

Можна виділити, що використання сучасних технологій у готельному обслуговуванні є невід'ємною частиною розвитку готельного бізнесу за умов конкуренції. Сучасні технології дозволяють підтримувати високий рівень обслуговування, розширювати спектр послуг, що надаються у готельному комплексі, удосконалювати систему управління, посилити контроль за роботою персоналу, а також забезпечити високий рівень безпеки для гостей.

Узагальнюючи все сказане вище, можна сказати з упевненістю, що індустрія туризму і гостинності йдуть у ногу з часом, не стоять на місці, а рухаються вперед, впроваджуючи нововведення у своїй діяльності, тим самим завойовуючи новий ринок і нових покупців.

Список використаних джерел

1. Інноваційні технології в готельному бізнесі. URL: <https://otelms.com/uk/hotel-business-innovation/> (дата звернення: 31.03.2023).
2. Мацука В.М., Чеченев М.Р., Роль інновацій у туризмі та гостинності. Сучасні технології управління туристичним та готельно-ресторанним бізнесом: Матеріали XIV Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих вчених 27 вересня 2022 р. Київ: МДУ, 2022. С.12-13.
3. Banyeva I., Velychko O. Modern approaches to the organization of the hotel and restaurant business. Modern Economics. № 36. 2022. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/issue/36-2022/banyeva.pdf> (дата звернення: 31.03.2023).

Ірина МЕНДЕЛА

к.е.н., доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи,
Прикарпатський національний університет ім.В.Стефаніка

РЕКЛАМА В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Реклама в ресторанному бізнесі – це маркетингова стратегія, спрямована на залучення нових клієнтів і збільшення продажів. Мета реклами – привернути увагу, викликати інтерес, передати споживачеві інформацію і змусити його діяти певним чином [1, с.6]. Рекламні кампанії можуть включати різноманітні канали комунікації, такі як телебачення, радіо, преса, інтернет-реклама, соціальні медіа, розсилки електронної пошти, афіші, листівки та інші рекламні матеріали.

Рекламні кампанії можуть бути спрямовані на підвищення уваги до нових меню, рекламу різних акцій та знижок, промо-акції, спеціальні пропозиції для клієнтів та інші маркетингові ініціативи, які можуть заохочувати клієнтів до відвідування ресторану та збільшувати вартість середнього чеку.

Спочатку потрібно сформулювати ідею і визначити цільову аудиторію свого закладу. Від цього будуть залежати всі подальші кроки розвитку ресторану [2]. Однак успішність рекламної кампанії в ресторанному бізнесі також залежить і від інших факторів, таких як фірмовий стиль закладу, конкуренція, канал комунікації, відносини з клієнтами тощо. Важливо планувати рекламні кампанії та використовувати ефективні канали комунікації, щоб досягти найкращих результатів.

Особливості рекламної діяльності в ресторанному бізнесі полягають у тому, що вона повинна бути регулярно орієнтована на залучення клієнтів із різним рівнем доходу, що дасть змогу їм відвідувати ресторан та замовляти страви. Основним завданням рекламної кампанії є підвищення бажання до відвідування ресторану, а також підвищення рівня продажів.

Одна з особливостей рекламної діяльності в ресторанному бізнесі – це залежність від сезонності. Наприклад, рекламні кампанії в ресторанному бізнесі можуть бути спрямовані на підвищення уваги до різноманітних святкових заходів, таких як Різдво, День закоханих, День народження та інші. Також варто брати до уваги сезонність продуктів, що використовуються в ресторанах і застосовувати це у своїх рекламних кампаніях.

Ще одна особливість рекламної діяльності в ресторанному бізнесі полягає в тому, що реклама повинна бути орієнтована на створення якісного бренду та враження від ресторану. Це означає, що важливо підтримувати високу якість їжі та обслуговування, щоб клієнти могли відвідувати ресторан знову і рекомендувати його своїм друзям та знайомим.

Також варто брати до уваги, що реклама повинна бути адаптована до місцевих умов та культурних особливостей. Важливо слідувати місцевим традиціям та смакам, щоб привернути якомога більше клієнтів.

Ще особливою особливістю рекламної діяльності в ресторанному бізнесі є використання соціальної мережі та інтернет-маркетингу. Необхідно завести групи в усіх популярних соціальних мережах: фейсбуці, інстаграмі; додати заклад на Google Мій бізнес, карти Google і 2GIS. Зараз все більше людей шукають ресторани та відгуки про них в Інтернеті, тому створення якісного веб-сайту та наявність активних сторінок у соціальних мережах може допомогти збільшити відвідуваність ресторану, зокрема залучити нових клієнтів. Також необхідно в різних соцмережах робити різний контент і навіть однакові новини про акції та конкурси, які, так чи інакше, треба анонсувати всюди, подавати з

різними картинками й тегами. Потрібно, насамперед, за допомогою платної реклами в соціальних мережах просувати унікальний сервіс ресторану, наприклад їжу на виніс, доставку їжі з ресторану, спеціальну кімнату для дітей з нянею, велопарковку, можливість зайти з твариною тощо [3].

Рекламна кампанія повинна бути регулярною та постійно оновлюватися. Це допоможе підтримати інтерес до ресторану та привернути нових клієнтів. Також варто оцінити фінансові можливості ресторану та розумно розподілити бюджет між різними видами реклами.

Узагалі, рекламна діяльність є важливою частиною ресторанного бізнесу та може допомогти залучити нових клієнтів, збільшити продажі та підтримати стабільність бізнесу. Варто пам'ятати про особливості цього бізнесу та старатися адаптувати рекламну стратегію до конкретних умов та потреб ресторану.

Список використаних джерел:

1. Бортников Є. Г., Люта Д. А. Реклама в готельно-ресторанному бізнесі: конспект лекцій для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Готельно-ресторанна справа» освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа». Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2021. 63 с.
2. Реклама ресторанного бізнесу. URL: <https://vinbazar.com/journal/robo23/reklama-restorannogo-biznesu> (дата звернення: 31.03.2023).
3. Як просувати ресторан в інтернеті. URL: <https://joinposter.com/ua/post/prosuvannya-restoranu-v-interneti> (дата звернення: 31.03.2023).

Юлія Жиленко

здобувачка вищої освіти

Науковий керівник: Мар'яна Попик

канд. екон. наук, доцент кафедри туристичної інфраструктури та готельно-ресторанного господарства

ДВНЗ «Ужгородський національний університет», Україна

РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ ВІЙНИ: ВИКЛИКИ СПРИЧИНЕНІ ПОВНОМАСШТАБНИМ ВТОРГНЕННЯМ

Повномасштабне вторгнення стало великим потрясінням для кожного українця, а для підприємців війна стала справжнім ударом, але це не зламало їх. Тисячі підприємців об'єдналися по всій країні заради допомоги нашим бійцям та людям, що змушені були тікати від бойових дій. Ресторатори по всій Україні адаптувалися до нових реалій, хтось релокував бізнес в безпечне місце, хтось